

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT.....	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian Dan Manfaat penelitian.....	15
1.3.1 Tujuan Penelitian	15
1.3.2 Kegunaan Penelitian	16
1.4 Sistematika Penulisan	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Perilaku Produsen	18
2.1.2 Konsep Halal.....	21
2.1.3 Penentu Keputusan Pencantuman Label Halal	28
2.1.4 Hubungan Antar Variabel	31
2.2 Penelitian Terdahulu	43
2.3 Kerangka Berpikir.....	47
2.4 Hipotesis Penelitian	49
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	50
3.1.1 Variabel Penelitian.....	50

3.1.2	Definisi Operasional	51
3.2	Populasi dan Sampel	54
3.2.1	Populasi.....	54
3.2.2	Sampel.....	54
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	55
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	56
3.5	Analisis Indeks Jawaban	57
3.6	Metode Analisis	59
3.6.1	Uji Validitas	59
3.6.2	Uji Reliabilitas	59
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	60
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	66
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	66
4.2	Gambaran Umum Responden	68
	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
4.2.1	Responden Berdasarkan Umur.....	69
4.2.2	Responden Berdasarkan Agama	72
4.2.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	73
4.2.4	Responden Berdasarkan Kecamatan	75
4.2.5	Responden Berdasarkan Produk	76
4.2.6	Responden Berdasarkan Omzet	77
4.2.7	Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	80
4.2.8	Responden Berdasarkan Alasan Pencantuman Label Halal.....	80
4.2.9	Responden Berdasarkan Belum Sertifikasi Halal	81
4.3	Indeks Variabel Penelitian	82
4.3.1	Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Religiusitas (X1)	82
4.3.2	Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Kesadaran Halal (X2).....	84
4.3.3	Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Ekonomi (X3).....	85
4.3.4	Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Branding</i> (X4)	86

4.3.5	Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Sosial Budaya (X5)	87
4.3.6	Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan.....	88
	Pencantuman Label Halal (Y).....	88
4.4	Analisis Data.....	89
4.4.1	Uji Instrumen Data.....	89
4.4.2	Uji Asumsi Klasik.....	100
4.4.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	105
4.4.4	Uji Hipotesis (Uji Goodness of Fit)	108
4.5	Intrepretasi Hasil	113
4.5.1	Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Pencantuman Label Halal	113
4.5.2	Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Pencantuman Label Halal	118
4.5.3	Pengaruh Ekonomi Terhadap Pencantuman Label Halal.....	122
4.5.4	Pengaruh <i>Branding</i> Terhadap Pencantuman Label Halal	126
4.5.5	Pengaruh Sosial Budaya Terhadap Pencantuman Label Halal	129
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	132
5.2	Keterbatasan.....	134
5.3	Saran	135
DAFTAR PUSTAKA		
	Lampiran A (Kuisisioner Penelitian).....	142
	Lampiran B (Data Responden)	148
	Lampiran B (Data Responden Lanjutan)	161
	Lampiran C (Tabulasi Data Penelitan).....	170
	Lampiran D (Hasil Olah Data SPSS).....	180

FEB UNDIP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.1 Kriteria Usaha Berdasarkan Aset dan Omset.....	4
Tabel 1.1.2 Tabel Konsumsi Rumah Tangga Kota Tangerang Selatan	8
Tabel 1.1.3 Jumlah UMKM Kota Tangerang Selatan.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	43
Tabel 3.1 Definisi Operasional	51
Tabel 3.2 Skala Likert.....	57
Tabel 4.1 Mengetahui Kewajiban Sertifikasi.....	67
Tabel 4.2 Mendapat Sosialisasi Sertifikasi Halal.....	68
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Umur	70
Tabel 4.5 Analisis Crosstab Hubungan Umur Responden.....	71
Tabel 4.6 Uji Chi-Square	71
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Agama	72
Tabel 4.8 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	73
Tabel 4.9 Analisis Crosstab Hubungan Pendidikan Responden	73
Tabel 4.10 Hasil Uji Chi-Square.....	74
Tabel 4.11 Responden Berdasarkan Kecamatan.....	75
Tabel 4.12 Responden Berdasarkan Produk	76
Tabel 4.13 Responden Berdasarkan Omzet	77
Tabel 4.14 Analisis Crosstab Hubungan Omzet Responden	78
Tabel 4.15 Hasil Uji Chi-Square.....	79
Tabel 4.16 Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	80
Tabel 4.17 Responden Berdasarkan Alasan Pencantuman Label Halal.....	80
Tabel 4.18 Responden Berdasarkan Belum Sertifikasi Halal	81

Tabel 4.19 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Religiusitas	83
Tabel 4.20 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kesadaran Halal	84
Tabel 4.21 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ekonomi	85
Tabel 4.22 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Branding	86
Tabel 4.23 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sosial Budaya	87
Tabel 4.24 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel	88
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas	90
Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas (X1)	93
Tabel 4.27 Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Halal (X2)	94
Tabel 4.28 Hasil Uji Validitas Variabel Ekonomi (X3)	95
Tabel 4.29 Hasil Uji Validitas Variabel Branding (X4)	96
Tabel 4.30 Hasil Uji Validitas Variabel Sosial Budaya (X5)	97
Tabel 4.31 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pencantuman	98
Tabel 4.32 Uji Reliabilitas	99
Tabel 4.33 Hasil Uji Normalitas Menggunakan One Sample Kolmogorov-Smirnov	102
Tabel 4.34 Hasil Uji Multikolinearitas	103
Tabel 4.35 Hasil Uji Heteroskedastisitas – Glejser	104
Tabel 4.36 Analisis Regresi Linear Berganda	106
Tabel 4.37 Uji Signifikasi Parsial (Uji t)	108
Tabel 4.38 Hasil Uji F Hitung	112
Tabel 4.39 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	113

FEB UNDIP

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peta Kota Tangerang Selatan	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 4.1 Hasil Uji dengan Uji Histogram.....	100
Gambar 4.2 Hasil Uji Normal P-Plot.....	101
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas – Scatterplot.....	104

FEB UNDIP